

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan <i>Heart Share</i> Schouten Dengan Kompetitor.....	20
Tabel I. 2 Perbandingan <i>Product</i> Schouten Dengan Kompetitor	21
Tabel I. 3 <i>Rating</i> Schouten.....	21
Tabel I. 4 Bauran Komunikasi Pemasaran Eksisting Schouten	22
Tabel I. 5 Analisis Pembangkitan Alternatif Solusi	24
Tabel I. 6 Penilaian Alternatif Solusi.....	25
Tabel II. 1 Skala Perbandingan Berpasangan.....	32
Tabel II. 2 <i>Random Index</i>	34
Tabel II. 3 Pemilihan Metode.....	39
Tabel III. 1 Pengumpulan Data	44
Tabel IV. 1 Profil Schouten.....	50
Tabel IV. 2 Identifikasi Pemilihan Alternatif <i>Partner Benchmark</i> Tahap 1.....	51
Tabel IV. 3 Identifikasi Pemilihan Alternatif <i>Partner Benchmark</i> Tahap 2.....	53
Tabel IV. 4 Identifikasi Pemilihan Alternatif <i>Partner Benchmark</i> Tahap 3.....	54
Tabel IV. 5 Alternatif <i>Partner Benchmark</i> Terpilih.....	55
Tabel IV. 6 Perbandingan Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	58
Tabel IV. 7 Perbandingan Program Komunikasi Pemasaran	60
Tabel IV. 8 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	63
Tabel IV. 9 Perancangan Kuesioner Bagian I	66
Tabel IV. 10 Perancangan Kuesioner Bagian 2.....	68
Tabel IV. 11 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Bauran Komunikasi Pemasaran.....	69
Tabel IV. 12 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Kriteria <i>Advertising</i>	70
Tabel IV. 13 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Kriteria <i>Sales Promotion</i>	70
Tabel IV. 14 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Kriteria <i>Event and Experience</i>	71
Tabel IV. 15 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Kriteria <i>Public Relation</i>	71
Tabel IV. 16 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Kriteria <i>Social Media Marketing</i>	72
Tabel IV. 17 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Kriteria <i>Mobile Marketing</i>	72
Tabel IV. 18 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Kriteria <i>Direct and Database Marketing</i>	73
Tabel IV. 19 Rekapitulasi <i>Priority Vector</i> Kriteria <i>Personal Selling</i>	73
Tabel IV. 20 Uji Konsistensi Responden Kuesioner I.....	74

Tabel IV. 21 Nilai Konsistensi Bauran Komunikasi Pemasaran.....	75
Tabel IV. 22 Uji Konsistensi Bauran Komunikasi Pemasaran	76
Tabel IV. 23 Uji Konsistensi Responden Kuesioner II.....	77
Tabel IV. 24 Nilai Konsistensi Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	79
Tabel IV. 25 Uji Konsistensi Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	80
Tabel IV. 26 Penentuan <i>Partner Benchmark</i>	81
Tabel IV. 27 <i>Key Performance Indicator</i>	83
Tabel IV. 28 Identifikasi <i>Gap</i>	86
Tabel IV. 29 <i>Future Performance</i>	91
Tabel IV. 30 Hasil Rancangan Sistem Integrasi.....	108
Tabel IV. 31 Verifikasi Hasil Rancangan	116
Tabel V. 1 Validasi Hasil Rancangan	120
Tabel V. 2 Analisis Sensitivitas.....	130
Tabel V. 3 Analisis dan Rencana Implementasi SEO.....	135
Tabel V. 4 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Bounce Rate</i>	135
Tabel V. 5 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Conversion Rate</i>	136
Tabel V. 6 Analisis dan Rencana Implementasi Frekuensi Posting	137
Tabel V. 7 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Engagement Rate</i>	138
Tabel V. 8 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Contest (Giveaway)</i>	139
Tabel V. 9 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Cross Promotion</i>	139
Tabel V. 10 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Price Bundling</i>	140
Tabel V. 11 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Publication</i>	141
Tabel V. 12 Analisis dan Rencana Implementasi Pameran	142
Tabel V. 13 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Online Festival</i>	143
Tabel V. 14 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Customer Service</i>	144
Tabel V. 15 Analisis dan Rencana Implementasi Kategori <i>Seller</i>	144
Tabel V. 16 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Rating</i>	145
Tabel V. 17 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Pop-Up Store</i>	146
Tabel V. 18 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Customer Service</i>	147
Tabel V. 19 Analisis dan Rencana Implementasi <i>Text Message</i>	148